

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ELLADERMA SKIN CARE MALANG

Novi Wahyu Worodiyanti

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

Nophiwahyu27@gmail.com

Dr. Maspiyah, M.Kes

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

masfiahh@yahoo.co.id

Abstrak: Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi terutama di wilayah perkotaan untuk saat ini menyebabkan parapelaku bisnis memanfaatkan peluang tersebut dengan mendirikan berbagai macam bisnis baru sebagai *alternatife* bagi para konsumennya. Salah satu *sector* yang menjadi trend dikalangan wanita khususnya, yaitu berkembangnya berbagai macam klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan, baik untuk jasa perawatan maupun produk perawatan kulit, sehingga pelaku bisnis memanfaatkan hal tersebut dengan mendirikan klinik kecantikan, pelaku bisnis melakukan berbagai cara untuk menarik konsumen mau membeli produk dan melakukan tindakan pelayanan yang ditawarkan pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, harga terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif tipe kausal sebab akibat sebab akibat populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Elladerma Skin Care Malang sebanyak 150, sampel penelitian sebanyak 100 konsumen diambil secara *simple random sampling*. Analisa data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial di dapat kualitas produk t-hitung sebesar 2,67 terhadap kepuasan konsumen, harga t-hitung 2,425 terhadap kepuasan konsumen dan kualitas layanan dengan t-hitung 4,061 terhadap kepuasan konsumen, menunjukkan masing-masing variabel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan berpengaruh yang dominan 4,061 dibandingkan kualitas produk dan harga dan secara simultan F hitung sebesar 35,483 menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada klinik Elladerma Skin care..

Kata Kunci: Produk, Harga, Layanan, Kepuasan konsumen dan klinik kecantikan.

Abstract: The development of society and their high activity, mainly in urbane region, at this moment, leads businessman takes advantage of that opportunity by founding many variety of new business as alternative for the consumers. One sector which is being trend within women community is development of many varieties of beauty clinics that offer many kinds of treatments, for treatment service or skin care product, therefore businessman used that things by founding beauty clinic. Businessman conducting many methods to attract consumers to buy products and performing treatment services offered. This research aimed to analyze how significant the effect of product quality toward consumer satisfaction, price toward consumer satisfaction, and service quality toward consumer satisfaction partially and simultaneously toward consumer satisfaction. This research is associative research type of causality. The population in this research are consumers of Elladerma Skin Care Malang as many as 150. Research samples were 100 consumers selected by simple random sampling. The independent variables are product quality (X_1), price (X_2), service quality (X_3), and the dependent variable is consumer satisfaction. Data analysis was using multi linear regression. Result of this research partially obtained that t_{score} of product quality is 2.67 toward consumer satisfaction, t_{score} of price is 2.425 toward consumer satisfaction, and t_{score} of service quality is 4.061 toward consumer satisfaction. Service quality has highest effect than product quality and price. Simultaneously F_{score} 35.483 shows that product quality, price, and service quality together affected on consumer satisfaction at Elladerma Skin Care clinic.

Keywords: product, price, service, consumer satisfaction, and beauty clinic.

PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat serta aktivitas masyarakat yang tinggi terutama di wilayah perkotaan untuk saat ini menyebabkan para pelaku bisnis memanfaatkan peluang tersebut dengan mendirikan berbagai macam terobosan-terobosan bisnis baru sebagai *alternative* bagi para konsumennya. Salah satu sektor yang menjadi trend di kalangan wanita khususnya, yaitu menjamurnya berbagai macam klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan, baik untuk jasa maupun produk perawatan kulit. Salah satu contoh dari pesatnya persaingan bisnis klinik kecantikan dapat dilihat pada klinik Elladerma *Skin Care*. Klinik kecantikan yang berlokasi di kota Malang, Jawa Timur yang merupakan kota pariwisata ini telah berdiri semenjak tahun 2012 lalu. Sebagai salah satu pelaku bisnis yang memiliki trend permintaan yang selalu meningkat setiap tahunnya menjadikan klinik kecantikan Elladerma *Skin Care* harus melakukan pembaharuan serta terobosan-terobosan baru untuk selalu menjaga kepercayaan dari konsumennya. Maka dari itu menganalisa pengaruh dari faktor-faktor pendukung kepuasan konsumen mutlak diperlukan sebagai salah satu cara efektif memperbaiki perkembangan bisnis kedepannya. Salah satu faktor yang peneliti anggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas produk, harga, dan kualitas layanan. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang”

Rumusan Masalah yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Elladerma *Skin Care* Malang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Elladerma *Skin Care* Malang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Elladerma *Skin Care* Malang?
4. Bagaimana pengaruh antara kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Elladerma *Skin Care* Malang?

Konsumen

Pengertian konsumen menurut Kotler adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Kesimpulan pengertian konsumen dari teori diatas adalah setiap orang pemakaian barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Normasari dkk menyatakan konsumen merupakan respon atau penilaian konsumen terhadap kinerja barang atau jasa yang mereka konsumsi dimana hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen. Terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal menurut Arifin, 2006, yaitu: *Attributes related to product; Attributes related to service; Attributes related to purchase.*

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2009:283), mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Harga

Menurut Gitosudarmo (2000: 228), yang mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Prosedur Penetapan Harga menurut Irawan (2010) yaitu Memilih Sasaran Penetapan Harga; Menentukan Permintaan; Mengitimasasi Biaya; Menganalisa Harga dan Tawaran Pesaing; Memilih Harga Akhir.

Kualitas Layanan

Tjiptono (2011:331), mengungkapkan bahwa kualitas jasa merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Dimensi kualitas Layanan menurut Khan dan Tabassum (2010) yaitu *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan bentuk rumusan masalah asosiatif tipe kausal (sebab-akibat). Variabel yang terdapat dalam penelitian yaitu tentang kualitas produk (X_1), harga (X_2), kualitas layanan (X_3) dan kepuasan konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah responden klinik sejumlah 150 responden. Jumlah sampel 100 responden ditentukan dengan menggunakan teknik *simple random samplin*.

Data dikumpulkan dengan menggunakan angket, wawancara serta dokumentasi. Angket disusun berdasarkan variabel penelitian dengan skala pengukuran instrumen menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan kriteria uji F dan Uji t. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi variabel kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. sedangkan uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

HASIL PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Model regresi yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dapat dituliskan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,044 + 0,147 X_1 + 0,174 X_2 + 0,253 X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut ketiga variabel bebas memiliki koefisien regresi kearah positif. hal ini berarti semakin baik kualitas produk, harga, dan kualitas layanan, maka semakin baik kepuasan konsumen. hasil uji F menunjukkan nilai sebesar 35,483 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 5%, hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

Koefisien determinasi (R-Square) yang dihasilkan dalam penelitian ini sebesar 0,526 menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas layanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 52,6% sedangkan sisanya 47,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain variabel dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan semua variabel mempunyai pengaruh signifikan. Nilai t hitung pada variabel pengaruh kualitas produk (X_1) sebesar

2.678 dengan tingkat signifikan 0.009, harga (X2) sebesar 2.425 dengan tingkat signifikansi 0.017, kualitas layanan (X3) sebesar 4.061 dengan tingkat signifikansi 0.000. Dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Secara garis besar pengaruh kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di klinik Elladerma *Skin Care*. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa pengaruh kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini didasarkan pada hasil t-hitung yaitu sebesar 2,678 dan signifikansinya kurang dari 5% yaitu 0,009. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya dari Kotler dan Armstrong (2009:283), mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya dan kepuasan konsumen. Ditinjau dari penelitian Tri Kunantyas (2007) bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, maka kualitas produk sering kali dijadikan sebagai pertimbangan didalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen berani mengeluarkan biaya yang cukup mahal untuk membeli asalkan dengan kualitas yang terjamin.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini

pengaruh kualitas produk terbukti menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Elladerma *Skin Care*. Dengan memiliki kualitas produk yang baik maka kepuasan konsumen semakin meningkat

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Secara garis besar pengaruh harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di klinik Elladerma *Skin Care*. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa pengaruh harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini didasarkan pada hasil t-hitung yaitu sebesar 2,425 dan signifikansinya kurang dari 5% yaitu 0,017. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi harga, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan secara nyata

Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya dari Kotler dan Armstrong (2012: 439) mengemukakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Ditinjau dari penelitian Tri Kunantyas (2007) bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Harga sebagai alat ukur dalam melakukan pembelian, konsumen akan menilai apa yang sudah dibayar dengan manfaat yang diperoleh dari produk beserta pelayannya. Pertimbangan tersebut didasarkan pada seberapa besar kemampuan konsumen dalam membeli produk, sehingga konsumen mengingatkan harga yang terjangkau namun produk yang dirasakan memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini pengaruh harga terbukti menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Secara garis besar pengaruh kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di klinik Elladerma *Skin Care*. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa pengaruh kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini didasarkan pada hasil t-hitung yaitu sebesar 4,061 dan signifikansinya kurang dari 5% yaitu 0,000. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan secara nyata.

Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya dari Tjiptono (2011:331), mengungkapkan bahwa kualitas jasa merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Ditinjau dari penelitian Tri Kuntanings (2007) bahwa kualitas layanan merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan ketika responden menjadi pertimbangan utama yaitu kondisi ruangan, penampilan, karyawan, dan fasilitas penunjang lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini pengaruh kualitas layanan terbukti menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas layanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Hal ini didasarkan pada

hasil penelitian yang dapat dilihat dari F hitung sebesar 35,483 dan signifikansinya kurang dari 5% yaitu 0,000. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas produk, harga, dan kualitas layanan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan secara nyata. Besarnya pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan sebesar 51,1% sedangkan 48,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain variabel dalam penelitian ini.

Secara garis besar, pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan yang paling dominan dalam kepuasan konsumen adalah kualitas layanan karena memiliki nilai koefisien beta dan t-hitung paling besar. Hasil penelitian ini mendukung teori dan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya yang dilakukan oleh Tri Kuntanings (2007) yang menerangkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas layanan merupakan faktor yang penting yang dipertimbangkan oleh kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Mulyono, dkk (2007), Normasari, dkk (2013), Ari Prasetyo (2012),

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen di Elladerma *Skin Care*. Berdasarkan hasil uji secara parsial diantar variabel-variabel tersebut yang paling dominan berpengaruh pada kepuasan konsumen adalah variabel kualitas layanan.

PENUTUP **Simpulan**

1. Terhadap pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
2. Terdapat pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan konsumen
3. Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

4. Terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Saran

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari Kualitas. Layanan, karena variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan konsumen, diantaranya yaitu dengan meningkatkan mutu beauty terapis dan seringnya mengadakan diskon, sehingga kepuasan konsumen akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta
- Ari Prasetyo 2012. *Analisis Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: PPs Universitas Negeri Surabaya
- Gitosudarmo. 2000. *Manajemen*. Jilid 2. ED 7. Jakarta: Erlangga
- Irawan, Hadi. 2010. *Manajemen Harga*. Yogyakarta
- Khan, Parisa Islam dan Tabassum, Ayesha. 2010. *Service Quality and Customer Satisfaction of the Beauty-Care Service Industry in Dhaka: A Study on High-End Women's Parlors*. *The Journal of Business in Developing Nations* (Online), vol. 12, No. 11, (<http://google.com>, diakses November 2015).
- Kotler, Armstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke tiga belas Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2009. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Terjemahan oleh A. Sindoro. Jakarta: Prenhallindo
- Mulyono, dkk. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* (Online), Vol. 4, No. 2, Hal. 91, (<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>, diakses Oktober 2015)
- Normasari, dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Administrasi Bisnis* (Online), Vol. 6, No. 2, (<http://google.com>, diakses November 2015)
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- Tri Kunantyas. 2007. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: PPs Universitas Negeri Surabaya